

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Le choix de mots clés dans les métatags d'un site web

Cruquenaire, Alexandre

Published in:

Revue Ubiquité. Droit des technologies de l'information

Publication date:

2002

Document Version

le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Cruquenaire, A 2002, 'Le choix de mots clés dans les métatags d'un site web: les tribunaux invitent à la prudence (note sous Kh. Brussel (voorz.), 4 février 2002)', *Revue Ubiquité. Droit des technologies de l'information*, Numéro 12, p. 91-94.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Le choix de mots clés dans les meta-tags d'un site web : les tribunaux invitent à la prudence

Observations sous Voorz. Kh. Brussel, 4 febr. 2002, *Ubiquité*

La décision du président du tribunal de commerce de Bruxelles s'inscrit dans une tendance jurisprudentielle qui semble à présent bien établie.

Les faits de la cause étaient simples. En septembre 2000, la société Resiplast avait constaté l'utilisation de son nom commercial dans les meta-tags du site web d'une société concurrente (Resin)¹. Par ce biais, la société Resin pouvait espérer que des internautes à la recherche du site web de Resiplast soient guidés par un moteur de recherche vers son propre site. Afin de prévenir tout détournement de clientèle, la société Resiplast mit alors en demeure sa concurrente de cesser ces agissements déloyaux. La société Resin répondit immédiatement qu'elle ôtait le terme litigieux de ses mots clés. Environ un an plus tard, un huissier de justice mandaté par Resiplast constate toutefois que le moteur de recherche Altavista renvoie toujours en partie vers le site de Resin lorsque le terme "Resiplast" est introduit dans ce moteur de recherche. La société Resin adresse alors un e-mail à Altavista en sollicitant la suppression du terme "Resiplast" parmi les termes de recherche liés à son site web.

La société Resiplast ne se satisfait pas de cette démarche tardive et saisit le juge des cessations afin qu'il ordonne que soit mis un terme à cet usage abusif de son nom commercial.

La partie défenderesse contestait le bien-fondé de la demande. Elle soutenait avoir effectivement supprimé le terme "Resiplast" de ses mots clés et ne pas être responsable du fait que le moteur de recherche Altavista renvoyait toujours vers son site web, ce qui ne pouvait découler que des carences de l'exploitant de ce moteur de recherche, comme tendrait à le prouver le fait que d'autres moteurs de recherche n'y renvoient plus². Il est vrai que la mise à jour des bases de données des moteurs de recherche requiert un temps relativement long compte tenu du nombre considérable de pages disponibles sur l'internet. On peut néanmoins s'étonner que la partie défenderesse n'ait entrepris aucune démarche particulière vis-à-vis des exploitants de moteurs de recherche.

Le tribunal a suivi l'argumentation de la partie demanderesse, qui invoquait l'existence d'une procédure très simple de notification aux dits exploitants de tout changement dans le contenu d'une page web.

¹ Une des étapes de la programmation d'une page web consiste à en définir les mots clés (meta-tags). Cette étape est importante pour s'assurer que les internautes puissent facilement trouver le site web. En effet, dans la mesure où les moteurs de recherche constituent des bases de données par la compilation des listes de mots clés des différents sites qu'ils visitent, le choix de ces mots clés est déterminant.

² Après avoir introduit le mot clé Resiplast dans le moteur de recherche Altavista, nous avons effectivement constaté plusieurs renvois vers le site de la société Resin (test effectué le 22 février 2002). Il ressort toutefois de notre analyse des mots clés contenus dans le code source des pages référencées que le terme litigieux n'y figure pas. L'explication de la société Resin nous semble donc conforme à la réalité.

Conformément à une jurisprudence constante, le tribunal sanctionne donc l'usage abusif de signes distinctifs de concurrents dans les mots clés destinés à l'indexation des pages web par les moteurs de recherche³.

L'intérêt particulier de cette décision réside dans l'obligation de résultat qu'elle semble imposer à l'auteur de l'usage illicite du signe distinctif quant à la suppression de références abusives dans des moteurs de recherche. La défenderesse invoquait l'envoi (tardif) d'un courrier électronique à l'exploitant du moteur de recherche concerné pour écarter toute condamnation, mais le tribunal a quand même estimé qu'un ordre de cessation s'imposait. On pourrait dès lors déduire de l'ordre de cessation que le tribunal entend imposer à la défenderesse une sorte d'obligation de résultat quant à la suppression des indexations abusives contestées par la partie demanderesse. Si telle n'avait pas été l'intention du juge, il n'aurait pas fait droit à la demande ou aurait précisé que les moyens mis en œuvre par la défenderesse n'étaient manifestement pas satisfaisants. Si tel n'est pas le cas, la prudence semble toutefois de rigueur dans l'interprétation de ce jugement car sa motivation est très laconique et peu claire.

On pourrait en outre s'interroger sur la portée pratique d'une telle décision. Implique-t-elle que le défendeur condamné procède à des démarches auprès de tout exploitant de moteur de recherche ? Cette solution poserait des difficultés pratiques de mise en œuvre car il existe de nombreux moteurs de recherche, pas toujours bien connus du grand public d'ailleurs. Il semble en tout cas difficile d'aller au-delà de ce qui est raisonnablement possible de la part du défendeur⁴, la portée d'une éventuelle obligation de résultat devant en tout cas être clairement précisée. En l'espèce, le jugement n'est malheureusement pas très explicite à cet égard. La citation ne visait apparemment que le moteur de recherche Altavista et il semble donc que l'obligation de la partie défenderesse soit bien délimitée de ce point de vue⁵.

Alexandre Cruquenaire

Chercheur au Centre de Recherches Informatique et Droit, FUNDP

³ Voy. ainsi : Prés. Com. Bruxelles, 15 oct. 1999, *Annuaire Pratiques du commerce et concurrence*, 1999, p. 742 ; Voorz. Kh. Antwerpen, 16 maart 2000, *Computerr.*, 2001/2, p. 81 ; *R.D.C.*, 2000, p. 395 (commentaire de T. DE MEESE) ; Antwerpen, 9 okt. 2000, *R.D.C.*, 2001, p. 407 (noot S. EVRARD). Cf. également Voorz. Dordrecht, 9 febr. 1999, cité par M. DE COCK BUNING et M. VERMEER, "Hyperlinks en metatags : meeliften in cyberspace", *Computerr.*, 1999/4, p. 170 et s.

⁴ En ce sens, mais concernant une action au provisoire, voy. Prés. Civ. Bruxelles, 2 mars 2002, *J.T.*, 2002, p. 113 (obs. E. WERY).

⁵ Compte tenu du principe dispositif, il convient de viser, dans l'acte introductif d'instance, l'indexation abusive dans tous les moteurs de recherche auxquels l'on souhaite que la mesure de contrainte s'étende.